

# *Carteleras del desierto: oficio, objeto y medio de difusión en Mexicali, Baja California (1960-1999)*

Susana Gutiérrez-Portillo  
*Instituto de Investigaciones Culturales  
de la Universidad Autónoma de Baja California*

La historia de las carteleras de cine se intersecta con la historia de la industria cinematográfica, sus condiciones de producción y recepción; con el desarrollo de la industria editorial bajacaliforniana como principal medio de divulgación; con el avance tecnológico de la prensa cuyas transformaciones provocaron cambios en los diseños de las carteleras en la localidad; y con el estilo de producción y diseño gráfico que en su representación iba moldeando el género cinematográfico del que se tratase y que tuvo sus etapas de elaboración artesanal con recortes, dibujos y tipografía hecha a mano, hasta el uso de *software* especializado para su producción.

En este capítulo analizo las carteleras cinematográficas como un producto propagandístico de la industria mexicana del cine en la segunda mitad del siglo xx<sup>1</sup>, en

---

1 Este estudio no pretende ser exhaustivo, es apenas una primera aproximación a la cultura impresa regional bajacaliforniana evidente a través de la cartelera cinematográfica.

específico en la ciudad desértica de Mexicali, capital del estado de Baja California. Entiendo las carteleras como un impreso efímero cuyo principal medio de difusión fue la prensa local; además, las concibo como un artefacto de valor ideológico, artístico, artesanal y cuyas representaciones evocan sentidos de la memoria de la cultura mexicana y de las prácticas de consumo de la población mexicalense en un contexto de frontera con los Estados Unidos. El propósito de este capítulo es dar cuenta del contexto sociocultural e histórico en que se enmarca el diseño de las carteleras de cine a lo largo de la segunda mitad del siglo veinte, así como explorar las características del oficio como parte de la cultura impresa de la región, sus actores, sus medios de difusión y sus sentidos.

Parto de la historia cultural que se interesa por comprender las imágenes como documentos históricos y que encuentra en éstos el potencial para reconstruir una historia de la cultura impresa y de la publicidad; como un testimonio único existente sobre ciertas prácticas como la propaganda y el diseño gráfico<sup>2</sup>. Además, las imágenes nos permiten tener una lectura de las representaciones sociales de épocas del pasado y proporcionan en ocasiones, el único testimonio existente sobre ciertas prácticas<sup>3</sup>. Aunque esto sólo es posible a través de un análisis situado en el contexto específico de su emergencia y su circulación<sup>4</sup>. En el caso de las carteleras cinematográficas, en este texto pretendo mostrar cómo su producción está ligada con otros procesos macroestructurales más amplios, al tiempo que da cuenta de la experiencia “desde abajo”, esto es la vida cotidiana, los gustos y el consumo de la población de Mexicali y de las particularidades del

---

2 Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como testimonio histórico* (Barcelona: Crítica, 2005).

3 Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como testimonio histórico...*

4 Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como testimonio histórico....*

oficio de quienes las elaboraban para su publicación en la prensa local.

Desde la historia cultural, Peter Burke afirma que así como el testimonio oral, las imágenes son también un documento histórico importante. En este caso, las fuentes que sustentan el presente trabajo son principalmente las propias carteleras recopiladas de archivos hemerográficos locales<sup>5</sup>. El corpus de análisis se conformó por una muestra inicial de 81 carteleras que van desde 1964 hasta 1999 recuperadas de los diarios *La Voz de la Frontera*, *El Mexicano*, *Novedades* y *La Crónica*; de las cuales seleccioné una muestra de 35 a partir de identificar aquellos elementos de distinción que dieran cuenta de posibles cambios en el diseño. También revisé bibliografía respecto al desarrollo de la industria cinematográfica en México que expone los momentos coyunturales que impactaron el diseño de las carteleras y que incide en la producción de las mismas; y realicé dos entrevistas con personas que participaron en la elaboración de las carteleras en las últimas décadas del siglo xx. Para el análisis de las imágenes tomé como premisa la observación que realiza Vilchis sobre precisar entre entender y comprender el diseño; en mi caso me interesa comprender, lo que implica según la autora, ir más allá del “aspecto superficial de lo diseñado [...] incluye al diseño gráfico, al diseñador, a lo diseñado y a sus canales comunicativos”<sup>6</sup>.

---

5 Para este análisis consulté principalmente el Archivo Hemerográfico Digital de la Biblioteca Pública Estatal de Baja California, ubicado en la ciudad de Mexicali, Baja California.

6 Luz del Carmen Alicia Vilchis citada en Marina Garone Gravier, “De la Historia del Libro a la Historia del Diseño Gráfico En México: Reflexiones En Torno a una Bifurcación Disciplinaria,” en *Diseño Latinoamericano, Diez Miradas a Una Historia En Construcción*, por Marina Garone Gravier y Verónica Devalle (Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2020), 21-68, 46.

El corte temporal que presento en este trabajo deviene de un momento coyuntural en la historia de la industria cinematográfica mexicana. Decidí establecer esta temporalidad primero por razones prácticas, pues la fuentes disponibles (la prensa local) me remitían con mayor claridad a este periodo; segundo porque me daba la posibilidad de rescatar y evidenciar momentos clave en la historia del auge, desarrollo y declive de la industria nacional, así como las políticas culturales en que se enmarca, y sus efectos en la industria local; finalmente por la cercanía con los actores, en este caso tesoros vivientes que podían dar cuenta de manera oral sobre sus memorias en la producción de este objeto cultural.

### *La cartelera cinematográfica: producto cultural plagado de sentidos*

Es preciso decir que la cartelera es, por un lado, un producto íntimamente ligado al cartel cinematográfico, por lo que comenzaré hablando del segundo, considerando que en muchos de los casos la cartelera incorporaba de manera muy fiel varios o casi todos los elementos de los carteles de las películas que se exponían en la región y periodo particular de estudio. El cartel de cine constituye entonces un punto de partida para comprender la producción y el sentido de las carteleras. José Patricio Pérez Rufí afirma que al tiempo que éste es un medio promocional independiente, también se inserta en las estructuras de la industria cultural y, por tanto, su creación se encuentra al servicio de la industria cinematográfica; además y ya en el formato de las carteleras, el cartel en buena medida, dependía (al menos hasta el siglo xx) de su integración dentro de otro soporte de difusión, como es la prensa escrita<sup>7</sup>.

---

7 José Patricio Pérez Rufí, "El cartel de cine hoy," *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias* 4, núm. 2 (2010): 71-88.

El cartel se encontraba según Pérez, destinado a su exhibición y su función era específicamente comercial: “el consumo de un producto fílmico, como parte de un sistema de producción con una doble naturaleza artística e industrial, subordinada en último término a una finalidad lucrativa”<sup>8</sup>. Además de ser un producto comercial, Fernando Vizcarra afirma que la importancia del cartel para la historia de la comunicación social radica también en su potencia ideológica, propagandística, publicitaria y artística<sup>9</sup>. En coincidencia con lo anterior, el cartel, además de tener una función comercial, tiene una función semiótica<sup>10</sup>; es, al tiempo, un medio de comunicación y un instrumento de persuasión: “por un lado, informa, de ahí que utilice el código textual para título, actores, director, etc., y por otro lado usa la imagen para persuadir e inducir al consumo de este producto”<sup>11</sup>.

El cartel se constituye de elementos textuales y visuales y tiene a través de éstos, la tarea de sintetizar con ingenio, creatividad y coherencia los elementos que conforman la película anunciada “por lo que el artista debe utilizar todos aquellos recursos más demandados por el público [y] atender los requerimientos de productores, distribuidores, actores, etc. Y todo ello con una labor de síntesis e inteligencia que convierta al cartel en único y excepcional”<sup>12</sup>.

La naturaleza comunicativa del cartel lo convierte además en un vehículo portador de sentidos sobre la cultura popular, como enfatiza Vizcarra “anhelos, luchas,

---

8 José Patricio Pérez Rufí, “El cartel de cine hoy,”..., 73.

9 Fernando Vizcarra Schumm, “De ‘Historia de un gran amor’ a ‘Amores Perros’”: El cartel en el cine mexicano,” *Culturales* 1, núm. 2 (2005), 146.

10 José Patricio Pérez Rufí, “El cartel de cine hoy,”..., 73.

11 Rocío Collado Alonso, “Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español,” *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, núm. 11 (2015): 58-77, 63.

12 Rocío Collado Alonso, “Marketing y publicidad cinematográfica...”, 64.

infortunios y otros registros de nuestra historia sentimental han sido transportados al celuloide y devueltos al público en forma de arquetipos, valores y visiones del mundo, a veces con maestría, a veces en forma de ruinas visuales”<sup>13</sup>.

Retomo estas ideas para proceder al estudio de las carteleras que se publicaron en la prensa local de la ciudad de Mexicali durante la segunda mitad del siglo xx; entendiéndolas como un derivado en cierta medida del cartel cinematográfico, en el sentido de que incorporaron en buena parte del periodo los elementos de éste, pero además como un producto propagandístico construido desde la visión de quienes se dedicaron al oficio de su elaboración y pensado para un público masivo y en sus inicios, dirigido también a las clases populares; como un producto más efímero que el propio cartel porque su exposición se limitaba al tiempo concedido en la prensa y como un artefacto de valor ideológico, artístico, artesanal y cuyas representaciones evocan sentidos de la memoria de la cultura mexicana y de las prácticas de consumo de la población mexicalense en un contexto de frontera con los Estados Unidos.

### *Del cine a la cartelera mexicalense: contexto nacional, regional y local*

La industria cinematográfica llegó a la región bajacaliforniana a inicios del siglo xx. Fueron empresarios estadounidenses quienes acercaron a la población a las “vistas cinematográficas”. Las primeras salas de exhibición eran algunos teatros de las ciudades de Tijuana, Ensenada y Mexicali. La condición de frontera que caracterizaba a estas ciudades permitió desde un inicio que “las producciones cinematográficas de la época [se exhibieran] recién desempacadas de Hollywood y mucho antes que llegaran

---

13 Fernando Vizcarra Schumm, “De ‘Historia de un gran amor’ a ‘Amores Perros’”, 146.

a exhibirse en la capital del país”<sup>14</sup>. En Mexicali, las películas comenzaron también a proyectarse en un corralón, que más adelante se convertiría propiamente en establecimiento del cine Iris.

Entre los treinta e inicios de los cuarenta, como relatan algunos cronistas, se trataba de proyecciones al aire libre y para la gente del pueblo; una forma de entretenimiento bien aceptada y de gran reconocimiento social. Fueron los empresarios: el español Adolfo Curto y el libanés Miguel Bujazán Petro y el sonoreense Rafael Corella, quienes establecieron las salas de cine en toda Baja California. Si las primeras vistas, el cine ambulante y las proyecciones en corralones tuvieron éxito en la comunidad mexicalense, más aún las fastuosas salas de cine que con su diseño y su aire acondicionado cautivaron por completo a la audiencia de la localidad. Una muestra de la importancia de las salas de cine como espacio público y escaparate social es su uso recurrente como salones de eventos de gran trascendencia, como fue la ceremonia de toma de protesta del primer gobernador electo del emergente Estado Libre y Soberano de Baja California<sup>15</sup>; el evento se llevó a cabo en el Cine Curto, reconocido como el más grande de la ciudad de Mexicali<sup>16</sup>.

La llegada de las salas de cine fue bien acogida por la comunidad bajacaliforniana que se encontraba en proceso de crecimiento; tanto el programa bracero, como el

---

14 Gabriel Trujillo Muñoz, *Baja California: ritos y mitos cinematográficos* (UABC, 1999), 18.

15 Este evento se relata en diferentes fuentes por cronistas, historiadores y en los diarios de la región. Para más detalles, consultar: Gabriel Trujillo Muñoz, *Baja California: ritos y mitos cinematográficos*, 18.

16 Fundado en 1946, contaba con aire acondicionado y tenía capacidad para más de 1 mil 300 personas como señala el periodista Alejandro Domínguez “recibió a artistas de la época tan importantes como Pedro Infante, Luis Aguilar, Agustín Lara [y] Libertad Lamarque” <https://www.pressreader.com/mexico/la-voz-de-la-frontera/20190929/281573767427306>

aumento masivo de extranjeros que venían de Estados Unidos, favoreció el auge del cine como espectáculo de masas para los residentes y para la población flotante<sup>17</sup>. Es importante mencionar la popularidad social que adquirió el cine desde sus inicios, porque esto explica al mismo tiempo, la trascendencia cultural y social de las carteleras; se trataba de uno de los entretenimientos principales de la población y, en el caso de Mexicali, constituía además un espacio de convivencia y esparcimiento familiar dadas las condiciones climáticas de la región que posicionaban el cine como un lugar apropiado para pasar todo el día en una temperatura fresca<sup>18</sup> y a un bajo costo.

La trayectoria de la industria cinematográfica local constituye un hito conocido entre la población mexicalense; son principalmente los cronistas y algunos investigadores los que han hecho un recuento de su significado social y cultural para la población<sup>19</sup>. Algunos autores señalan que hasta finales de los cuarenta, la industria local estaba a cargo de empresas familiares bajacalifornianas, en específico Curto y Bujazán; pero en 1954, con la caída de la audiencia cinematográfica y los cambios en los hábitos de consumo a razón del auge de la televisión, las em-

---

17 Trujillo Muñoz relata que después de la segunda guerra mundial era común que los marinos provenientes de la base naval de San Diego en California, Estados Unidos, acudieran a las salas de cine de este lado de la frontera; por lo que el cine era “un rito social ineludible para una población flotante, transitoria, ávida de aventuras y romances en grande y a todo color”: Gabriel Trujillo Muñoz, *Baja California: ritos y mitos cinematográficos*, 23.

18 La ciudad de Mexicali se caracteriza por sus temperaturas extremas a lo largo de todo el año; en especial en la época de verano, en que las temperaturas ascienden a más de 50 grados centígrados.

19 Para mayor detalle sobre la historia del cine en Baja California, consultar: Gabriel Trujillo Muñoz, *Imágenes de plata: el cine en Baja California* (Tijuana, B.C.: XV Ayuntamiento de Tijuana, 1997); Gabriel Trujillo Muñoz, *Baja California: ritos y mitos cinematográficos* (UABC, 1999); Gabriel Trujillo Muñoz, *Tan cerca de Hollywood: cine, televisión y video en Baja California* (Mexicali, B.C.: UABC, 2010).

presas familiares fueron cediendo ante las empresas más grandes provenientes del centro del país: la Compañía Operadora de Teatros, S.A. (COTSA), y la Cadena de Oro (propiedad de Gabriel Alarcón, dueño de *El Heraldo* y la Impulsora de Cines Independientes)<sup>20</sup>.

En medio de este cambio la prensa de la localidad tenía ya un desarrollo importante<sup>21</sup> pero con un largo antecedente de diarios emergentes que no tuvieron una larga vida. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo xx, se fundaron algunos diarios que lograron consolidarse y que tienen vigencia hasta el día de hoy. En 1959 nace *El Mexicano* reconocido como el diario aún activo más antiguo de Baja California y *La Voz de la Frontera* surgió en 1964; ambos diarios vieron en el cine una oportunidad para atraer a la población mexicalense, que como aficionada a este espectáculo, encontraría en la prensa su mejor medio de difusión. En los mejores momentos del consumo cinematográfico, las carteleras funcionaron como un gancho para atraer a los aficionados del cine al consumo de la prensa.

### *Recuadros, marcos y letras: la cartelera en la prensa local en la década de los sesenta*

En una cartelera del 22 de mayo de 1966 de *La Voz de la Frontera* es posible observar un primer momento en el diseño de la misma (Imagen 1, lado izquierdo). Se trataba de un anuncio en un recuadro cerrado con marco decorativo

---

20 Trujillo Muñoz señala que “En 1954, la Compañía Operadora de Teatros absorbió al circuito de salas de Adolfo Curto”, mientras que el cine Bujazán se vendió en 1958 a la Cadena de Oro, que a su vez la vendió a COTSA. Gabriel Trujillo Muñoz, *Baja California: ritos y mitos cinematográficos*, 38.

21 Para algunos detalles sobre los antecedentes de la prensa en Baja California consultar: Ángel Manuel Ortiz Marín, “El periodismo en Baja California y la Revolución Mexicana,” *Improntas*, núm. 8 (2020): 1-20.

que contenía la oferta de películas por cada uno de los cines de la región: Variedades, Reforma, Bujazán, Cali, Curto y Mexicali. Es de resaltar que este anuncio tiene como información principal en algunos filmes el nombre del actor principal. La información textual está enmarcada en un recuadro con una línea gruesa, sin ilustraciones. El tipo de letra y el tamaño son los elementos que van resaltando las diferentes partes del cartel: el anuncio que dice Cartelera para hoy, encabeza el recuadro en letras mayúsculas; el nombre del cine está en mayúsculas en el lado superior izquierdo del recuadro y va seguido del público al que va dirigida la película (por ejemplo, Adolescentes y Adultos) que se presenta en mayúsculas y minúsculas; en orden jerárquico sigue el nombre del actor principal en letras más pequeñas (mayúsculas y minúsculas) y después de éste, el nombre de la película en mayúsculas y entre comillas. El horario es la parte final de este primer anuncio y después del mismo la lista de una nueva película vuelve a comenzar. El recuadro de toda la cartelera se divide, primero en cuatro secciones iguales, y al final hay dos secciones más que son de menor tamaño que las primeras, como se muestra en el lado izquierdo de la imagen 1.

En los primeros cinco años de la década de los sesenta prevalece este diseño sin ilustraciones, esto permite inferir que no había alguien que de oficio se dedicara a elaborar la cartelera; sin embargo, en 1966, las imágenes de las películas hacen aparición. En la cartelera del 22 de mayo de 1966, aparece al lado del recuadro el anuncio de dos películas que integra además imágenes de la película formando algo parecido a un cartel (Imagen 1, lado derecho). Raúl Ojeda Lerma, contador, impresor y fotógrafo mexicalense<sup>22</sup> recuerda que por ese tiempo, los materiales promocionales de los filmes llegaban directo a las oficinas de los cines y que éstos en ocasiones eran foto-

---

22 Entrevista realizada a Raúl Ojeda Lerma por Susana Gutiérrez Portillo en Mexicali, Baja California el 20 de junio de 2021.

grafiados o recortados para construir un *collage* que después se integraba a la cartelera. En el ejemplo siguiente se perciben las orillas del recorte y las imágenes se mezclan con varios tipos de letra, entre ellos, el título de la película “Nosotros los Jóvenes” corresponde a la tipografía original del cartel. En este ejemplo se resaltan los nombres de los artistas principales<sup>23</sup> y se observan también algunas frases que pretenden ser un gancho para la audiencia: ¡Declaración de guerra de la juventud! ¡Contra la tristeza! ¡Contra la ambición desmedida! ¡Contra el pesimismo!



Imagen 1. Cartelera de La Voz de la Frontera. Fuente: La Voz de la Frontera, 22 de mayo de 1966. Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California, Mexicali, B.C.

23 Como señalan Flores y Montes, la tendencia de los años veinte y treinta era el *star system*, esto es destacar la figura de los actores protagonistas de los filmes que eran conocidos y considerados un buen punto de promoción; esta tendencia se mantuvo presente también en las carteleras mexicalenses. Martha Flores Huelves y Manuel Montes Vozmediano, “Construyendo cultura visual a través del cartel de cine: análisis de afiches de las sagas cinematográficas”, *Información, cultura y sociedad*, núm. 37 (diciembre 2017):127-44.

## *Del cartel a la cartelera: Ilustración y dibujo*

La cartelera, como mencioné antes, puede entenderse como un derivado del cartel; sin embargo, hay que resaltar que en la región mexicalense, la apropiación de los elementos del cartel daba paso a nuevas construcciones que las convertían en un diseño único. Una distinción importante entre el cartel y la cartelera era que el primero gozaba de un mayor espacio para plasmar su mensaje; mientras que la cartelera tenía un espacio más limitado dependiendo de la popularidad e importancia del filme; el cartel no se limitaba a la bitonalidad, mientras la cartelera sólo se hacía en blanco y negro; la cartelera mexicalense estaba especialmente dirigida, hasta finales de los ochenta a un público de clases populares; aunque el cartel era un producto propagandístico varios autores reconocen su carácter artístico; mientras la cartelera ha sido poco abordada desde esta perspectiva y es de suponer que esto se asocia con su intención netamente publicitaria, efímera e informativa<sup>24</sup>.

A finales de los sesenta, las carteleras comenzaron a incorporar más imágenes recortadas, combinadas con dibujos y con diferentes tipos de letra; algunos mensajes se escribían a mano y otros se tomaban del cartel y de otras fuentes tipográficas. En algunas de ellas es posible identificar los trazos a mano. Raúl Ojeda Lerma menciona que algunas de estas carteleras fueron elaboradas por un dibujante que trabajaba para la empresa publicitaria

---

24 Como se observa en los ejemplos aquí expuestos, la cartelera no escatimaba en utilizar el espacio disponible para informar sobre los horarios, los cambios, los nombres de las y los actores, los detalles más sobresalientes sobre la película y en prometer a los espectadores una experiencia particular que enfatizaba algún aspecto del filme. De ahí que en algunas imágenes, los cuadros que corresponden a cada película en algunos casos se muestran saturados de letras de diferentes tipos y tamaños. Quizás también se deba a la naturaleza de la prensa y su forma de consumo como un objeto de es "para leerse".

Cuburu y Asociados, el señor Hugo Alatraste, quien hacía los dibujos y conocía diferentes estilos de letra hecha a mano que utilizaba para completar la información faltante en los materiales promocionales de las películas. Hugo Alatraste, al igual que quienes continuaron elaborando los diseños para la cartelera en años posteriores, recibían el pago directo de la Compañía Operadora de Teatros por la elaboración de la cartelera, que posteriormente entregaban a los periódicos para su publicación.

La cartelera de *La Voz de la Frontera* el 21 de enero de 1967 presenta una mezcla de los elementos antes mencionados. Raúl Ojeda afirma que Alatraste recibía un cliché con los promocionales de las películas que venía directo desde las oficinas centrales de COTSA: “Eran unos clichés de plomo que enviaban de México, que se hacían en prensa; una forma, así como tableadita [sic.] donde tenía los dibujos en plomo; como un sello”<sup>25</sup>. Las carteleras se entregaban al periódico y ahí se imprimían en *offset*<sup>26</sup>.

---

25 Entrevista realizada a Raúl Ojeda Lerma por Susana Gutiérrez Portillo en Mexicali, Baja California el 20 de junio de 2021.

26 Como señalan Dejidas y Destree definen la litografía *offset* como “un proceso de impresión planográfica, requiere de un portador de imagen o plancha en el cual las áreas de imagen y sin imagen, producidas por medios fotoquímicos, son receptivas a la tinta y al agua, respectivamente. Además, la imagen de la plancha se debe leer al derecho, es decir, encontrarse orientada en el mismo sentido de la imagen impresa final.” Véase: Lloyd P. Dejidas y Thomas M. Destree, *Operación de prensas litográficas offset alimentadas por hojas*, trans. Pizarro Roberto (Bogotá, Colombia: Educativa, 1996), p.1.



Imagen 2. Cartelera de La Voz de la Frontera. Fuente: La Voz de la Frontera, 21 de enero de 1967. Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California, Mexicali, B. C.

En las carteleras de finales de los sesenta y los primeros años de los setenta, hay una diversidad de formas y de estilos tipográficos; los tamaños de los cuadros que contienen la información de las películas son sumamente irregulares, esto se puede atribuir a que no existía un control por parte de COTSA sobre el diseño de carteleras; la predominancia del cartel como una referencia era fuerte pero también había espacio para la creatividad del diseñador; sobre todo porque algunas ocasiones no llegaban los carteles de todas las películas.



Imagen 3. Cartelera de La Voz de la Frontera. Fuente: La Voz de la Frontera, 7 de septiembre de 1971. Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California, Mexicali, B. C.

Para finales de los años setenta, los dibujos y las letras a mano fueron disminuyendo, en su lugar las fotografías promocionales de las películas y los carteles oficiales iban cobrando importancia, sobre todo en el caso de películas que prometían tener un gran éxito en taquilla<sup>27</sup>.

27 La década de los setenta fue contradictoria en lo que respecta de la producción de cine nacional; por un lado, Luis Echeverría dio un gran impulso al cine mexicano; lo consideraba, al igual que a la televisión como parte de su proyecto estatal: “adquirió el canal 13 de televisión, varias estaciones de radio e incluso creó tres compañías productoras propiedad del Estado: CONACINE, CONACITE I, CONACITE II, reconstituyó la Academia

Los medios impresos, fueron también definiendo un espacio particular para los espectáculos y las noticias sobre celebridades del cine y entretenimiento<sup>28</sup>.

### *Collage y Letraset: las carteleras en la década de los ochenta*

Durante la década de los ochenta las carteleras de los cines más tradicionales que elaboraba Hugo Alatraste pasaron a manos de una nueva diseñadora: María Guadalupe (Mary) Wancho Villegas<sup>29</sup>, quien era en aquel tiempo con-

---

Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, la entrega del Ariel, inauguró la Cineteca Nacional en 1974 y fundó el Centro de Capacitación Cinematográfica en 1975"; pese a este fortalecimiento del gremio, provocó un quiebre en la relación con los productores privados. Por otro lado, el periodo de López Portillo se consideró como un momento de declive en la calidad de las producciones mexicanas. En el caso de la década de los ochenta, se considera como el inicio del fin de la industria cinematográfica mexicana. Isis Saavedra Luna, "El Fin de La Industria Cinematográfica Mexicana, 1989-1994," *EIAL* 17, núm. 2 (junio 1, 2006), 108-109.

- 28 En lo que respecta a la producción de cine en México, Saavedra enfatiza que en 1976 Margarita López Portillo fue nombrada directora de radio, televisión y cinematografía, con su llegada el apoyo a los cineastas jóvenes que había impulsado Echeverría desapareció. Saavedra afirma que la calidad de las películas iba en detrimento: "los temas y cintas que predominaron durante estos años, fueron peleas entre narcotraficantes, películas de cabarets y albures, en todos los casos films de pésima calidad [aunque hay quienes afirman que] tales películas sostuvieron el aparato industrial" y a los trabajadores que lo sostenían. Isis Saavedra Luna, "El Fin de La Industria Cinematográfica Mexicana", 109.
- 29 Tanto Alatraste como Wancho trabajaban para los cines Reforma, Variedades, Curto y Bujazán, pero había además otros cines que emergieron entre los ochenta y noventa que trabajaron con otros diseñadores. Cabe señalar que la relación laboral de ambos diseñadores era con COTSA y era la propia empresa quien tenía relación directa con los periódicos.

tadora en el Canal Tres de Televisión que era propiedad de la empresa Televisa. Mary Wancho comenzó a elaborar las carteleras después del nacimiento de su segundo hijo. Había renunciado a su trabajo como contadora buscaba realizar otra actividad remunerada que le permitiera estar con sus hijos. La experiencia de Mary Wancho en ese momento no se remitía únicamente a la contabilidad; ella tenía experiencia en la fotografía analógica, en el revelado de rollos de transparencias “se secaban, se recortaban y se montaban en los cuadritos” servicio que ella y su esposo Raúl Ojeda brindaban a agentes de diferentes agencias de publicidad en la localidad. Mary Wancho al compartir su experiencia elaborando las carteleras cuenta que:

[...] a las oficinas del cine les llegaban los rollos de películas, y era una cadena de cines, y distribuían; había un cine que [exhibía sólo] películas mexicanas; había otro cine que pasaban películas americanas dobladas o con letreros; había otro cine que se especializaba en películas antiguas. Entonces, ahí en esa oficina decían: estas películas son para este cine, estas para este cine, este para este cine, entonces nosotros que hacíamos las carteleras, nos daban la lista de qué películas se iban a exhibir durante el fin de semana o sea del viernes al jueves<sup>30</sup>.

El diseño de la cartelera se hacía en una sola hoja de diseño y se llevaba al periódico donde lo pegaban en una hoja para su publicación. Mary Wancho narra el proceso de su labor:

Los rollos de película, [en su] mayoría llegaban con hojas de publicidad, en esa hoja de publicidad, venía el dibujo original para publicidad de la película,

---

30 Entrevista realizada a María Guadalupe Wancho Villegas por Susana Gutiérrez Portillo, Mexicali Baja California el 20 de junio de 2021.

grande, más chico, más chico [que el anterior], otro más chiquito, con diferentes tamaños. Entonces de ahí podíamos escoger, según el tamaño que le tocara a cada cine [...] ellos median las películas y veían [en qué] horario [se proyectaba cada una], entonces toda esa lista nos la daban y se hacía una hoja grande, cada cine con su cuadrito y el nombre de la película con su publicidad, si era de vaqueros o lo que fuera. A veces venían las fotos de los artistas o los nombres de los artistas y luego los horarios; cuando no venían, el dibujo de la prensa de la cartelera que es esa grande que ponían, ya sacábamos copia y la armábamos; o nos daban el cartelón grande, el poster y Raúl le tomaba foto y se hacía el tamaño, se reducía al tamaño que iba a ir en la cartelera<sup>31</sup>.

La técnica utilizada por Mary Wancho para el diseño de la cartelera era una especie de *collage* que combinaba, como en el caso de Alatríste, imágenes con textos. A diferencia del primero, Wancho no elaboraba las letras ni los dibujos a mano. Ella utilizaba recortes de diferentes fuentes y Letraset<sup>32</sup>. Entre los materiales utilizados estaban los promocionales de la película que eran proporcionados por las propias oficinas de los cines<sup>33</sup>; así como recortes y

---

31 Entrevista realizada a María Guadalupe Wancho Villegas por Susana Gutiérrez Portillo...

32 Según Cifuentes, este término era un nombre y se utilizaba “para referirse genéricamente a hojas de rotulación transferibles de cualquier marca. Esta técnica fue muy extendida para rotular antes de la explosión de las técnicas informáticas de procesamiento de textos y autoedición”. Véase: Samuel Cifuentes, *Tipografías en los 70* (España: Cifuentes Editores, 2010), 56.

33 Mary Wancho cuenta que algunos cines como el Curto, tenían una bodega en un sótano donde se encontraba todo el material de las películas, desde las cintas hasta los carteles que se exhibían en los pasillos del cine. La bodega era como una biblioteca donde los materiales estaban archivados por abecedario y lo que le prestaban de ahí, tenía que devolverlo.

fotografías que ella misma recuperaba de un archivo personal que iba conformando sobre cine y entretenimiento. Este archivo tenía además de fotografías de artistas, carteles y carteleras completos porque en ocasiones se exhibían películas repetidas<sup>34</sup>.

Un problema que era común y que daba cuenta de las condiciones en que operaba COTSA en sus procesos de distribución desde el centro hasta la zona fronteriza era que en ocasiones las producciones anunciadas en la cartelera no llegaban en tiempo. En esas ocasiones cuenta la señora Wancho “llegaban y me decían, ¿sabes qué?, no llegó tal película, vente por la publicidad; tenía que ir al periódico recogerla y hacer el cambio y volverla a llevar al periódico y por ejemplo si no había el título se hacía letra por letra, o los nombres de los artistas, y a veces pues de última hora la pintábamos”. Las carteleras también se intervenían con plumón negro, aunque la reducción que originalmente estaba en la hoja de diseño en ocasiones era a color, la impresión final en el periódico era en blanco y negro. Además de las plantillas de Letraset, utilizaba una máquina de escribir para hacer los horarios de las películas “se llamaba Very Typer, era una máquina grandota que tenía diferentes tipos de letra y de diferentes tamaños”<sup>35</sup>.

Los ejemplos que se observan de carteleras de finales de los ochenta y los primeros años de los noventa serán los últimos que tengan la técnica de *collage* entre

---

34 Es de resaltar que entre los materiales de Mary Wancho y su pareja, Raúl Ojeda se encontraban varias enciclopedias de cine, tipográficas y de edición e impresión editorial y publicitaria. Algunos de los títulos que se encontraban en su colección eran: Leslie Halliwell, *The Filmgoer's Companion*, 4ta edición (Nueva York: Hill and Wang, 1974); Steve Hanson y Patricia King Hanson, *Lights, Camera, Action! A History Of The Movies In The Twentieth Century*, 1ra edición (Los Angeles Times, 1990); Marion March, *Creative Typography*, 1ra edición (Oxford: Harpercollins College Division, 1988).

35 Entrevista realizada a María Guadalupe Wancho Villegas por Susana Gutiérrez Portillo...

imágenes y texto, con elementos hechos a mano y una variedad de detalles que distinguen estas carteleras de las de otras regiones del país. Es posible ver en estos ejemplos varios estilos de tipografía, marcas irregulares en las formas geométricas que delatan las orillas recortadas, los contrastes en las imágenes producto de las reducciones y reproducciones que se hacían para ajustarlas a los cuadros de la cartelera; las imágenes de personas y objetos también tienen diferentes tamaños y no corresponden todas a un mismo fondo, sino que en ocasiones se traslapan unas con otras. Esta variedad de detalles impone un sello de originalidad en el lenguaje visual que las carteleras proponían hasta ese momento para la audiencia popular mexicalense.



Imagen 4: Cartelera del diario Novedades. Fuente: Novedades, 20 de mayo de 1990. Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California, Mexicali, B.C.

## *Tecnología y apropiación del cartel internacional*

El diseño de carteleras se trastocó definitivamente con los cambios políticos, económicos y tecnológicos que se dieron en la década de los noventa. Con la firma del Tratado de Libre Comercio la situación comercial de toda la producción del país se vio desequilibrada frente otros países; pero para el caso de la industria del cine, importaba particularmente la posición frente al país vecino. Además del aspecto económico los cambios tecnológicos impusieron también nuevas formas de consumo del entretenimiento. Pérez señala que con la llegada de los microprocesadores se instauró “una nueva cultura de acceso a la información e interrelación, a partir de sus ventajas. Tan arrollador e influyente ha sido el cambio de formato para la comunicación que, llevado al objeto de nuestro análisis, podríamos clasificar incluso los productos publicitarios en dos tipos: impresos y para pantalla, sin importar el soporte preciso o sus componentes”<sup>36</sup>.

El temor de los productores mexicanos era que con la firma del TLC, las compañías estadounidenses se apropiaran de los cines nacionales y sólo exhibieran sus películas, dejando fuera los productos mexicanos; como afirma Saavedra, la venta de los cines mexicanos fue un hecho “se empezó desincorporando las industrias y empresas cinematográficas del estado que generaban más gastos que ganancias y luego, sin perder de vista al cine como un medio de proyección al exterior, se favoreció la producción de calidad”<sup>37</sup>.

En Mexicali los cines que estaban en auge en la década de los cuarenta y que operaron hasta la década de los ochenta se encontraban completamente en desgracia. La Organización Ramírez que había llegado a la región en la década de los setenta se mantenía vigente y logró

---

36 José Patricio Pérez Rufí, “El cartel de cine hoy”, 72.

37 Isis Saavedra Luna, “El Fin de La Industria Cinematográfica Mexicana”, 12-113.

sobrevivir en ese momento a la crisis que aquejaba a los cines más antiguos. Algunos de estos cines fueron adquiridos por nuevos dueños y COTSA fue quedando fuera del escenario de la industria local.

En lo que corresponde a las carteleras, los efectos de esta crisis se tradujeron en la desaparición de los anuncios de los cines viejos y en una nueva forma de diseño que se realizaba en computadora y recuperaba de manera fiel los carteles que provenían directamente de las compañías productoras de cada película. La cartelera se volvió más minimalista, más homogénea y ordenada. Pero también cambió la oferta que presentaba en mayor medida películas norteamericanas que respondían a la industria de Hollywood y a los estrenos comerciales de moda.



Imagen 5: Cartelera de la Crónica. Fuente: La Crónica, 10 de diciembre de 1994. Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California, Mexicali, B. C.

## Conclusiones

Analizar los cambios en las carteleras permite entender la forma en que inciden varios elementos macroestructurales en las prácticas locales de un oficio, del diseño, promoción, y consumo de un producto cultural; y que además forma parte esencial de la vida cotidiana de la población de una localidad como Mexicali. A lo largo de esta revisión identifiqué diferentes momentos en la producción de las carteleras donde se rescata un primer momento de diseño en recuadros y sin imágenes; un segundo momento que incluye el *collage* con diferentes elementos pero además el dibujo y la escritura a mano; otro momento donde desaparece el dibujo y el diseño se desplaza entre los elementos del cartel de cine y otros elementos abiertos a las decisiones y creatividad de quien elabora el producto; y finalmente, con el cambio tecnológico se evidencia la preminencia del cartel de la productora de cada filme y el diseño homogéneo en computadora.

En su obra *Imagen y cultura impresa: perspectivas bibliológicas* Garone y Sánchez se refieren a bibliocastia como la destrucción o asesinato de los libros y advierten algunos ejemplos, entre ellos la falta de consumo y la ausencia de análisis multidimensionales que revelen la interacción entre los diferentes componentes de la problemática<sup>38</sup>; esta reflexión sobre el libro se puede trasladar al oficio de diseño de las carteleras. Tanto la revisión hemerográfica de las carteleras, como la revisión bibliográfica y las entrevistas, revelan como hecho coincidente que el oficio de hacer las carteleras emergió como una necesidad por el aumento en el consumo popular del cine, y por ende, a partir de los cambios que la propia industria iba

---

38 Marina Garone Gravier, "Prefacio," en *Imagen y cultura impresa: perspectivas bibliológicas*, por Marina Garone Gravier, Elke Köppen, y Mauricio Sánchez Menchero (Ciudad de México: UNAM-CEIICH-IIB, 2020), 9-17.

enfrentando en el ámbito nacional y regional; pero, son estas mismas condiciones de cambio en la industria las que paradójicamente provocaron el declive de este oficio, la desaparición de las carteleras mexicalenses y la falta de acceso de la clases populares a la propia industria del cine.

## *Fuentes de consulta*

### *Archivos*

Hemeroteca Física y Digital de la Biblioteca Pública Central Estatal de Baja California. Mexicali, B.C.

### *Entrevistas*

Entrevista realizada a María Guadalupe Wancho Villegas por Susana Gutiérrez Portillo, Mexicali Baja California el 20 de junio de 2021.

Entrevista realizada a Raúl Ojeda Lerma por Susana Gutiérrez Portillo en Mexicali, Baja California el 20 de junio de 2021.

### *Bibliografía*

Burke, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como testimonio histórico*. Barcelona: Crítica, 2005.

Cifuentes, Samuel. *Tipografías en los 70*. España: Cifuentes Editores, 2010.

Collado Alonso, Rocío. "Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español." *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, no. 11 (2015): 58-77.

Dejidas, Lloyd P., y Thomas M. Destree. *Operación de prensas litográficas offset alimentadas por hojas*. Traducido por Pizarro Roberto. Bogotá, Colombia: Educativa, 1996.

- Domínguez, Alejandro. "El Despertar de Una Leyenda: El Cine Curto." *La Voz de La Frontera*. Octubre 2, 2019. <https://www.lavozdelafrontera.com.mx/local/el-despertar-de-una-leyenda-el-cine-curto-4261775.html>.
- Domínguez Domingo, Carlos *et al.* Ana Rosas Mantecón. "Transformaciones de Las Ventanas y Modelos de Exhibición de Cine Mexicano." En *Butacas, Plataformas y Asfalto: Nuevas Miradas al Cine Mexicano. Tomo 2*, coordinado por Ana Rosas Mantecón, 29-75. Fideicomiso para la promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito Federal (PROCINECDMX), 2019.
- Flores Huelves, Marta *et al.* Manuel Montes Vozmediano. "Construyendo cultura visual a través del cartel de cine: análisis de afiches de las sagas cinematográficas." *Información, cultura y sociedad*, no. 37 (diciembre 2017): 127-44.
- Garone Gravier, Marina. "De la historia del libro a la historia del diseño gráfico en México: reflexiones en torno a una bifurcación disciplinaria." En *Diseño latinoamericano: diez miradas a una historia en construcción*, por Marina Garone Gravier y Verónica Devalle (Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2020), 21-68.
- . "Prefacio." En *Imagen y cultura impresa: perspectivas bibliológicas*, por Marina Garone Gravier, Elke Köppen, y Mauricio Sánchez Menchero (Ciudad de México: UNAM-CEIICH-IIB, 2020), 9-17.
- Halliwel, Leslie. *The Filmgoer's Companion*. 4ta edición. Nueva York: Hill and Wang.
- Hanson, Steve, y Patricia King Hanson. 1990. *Lights, Camera, Action! A History Of The Movies In The Twentieth Century*. 1ra edición. Los Angeles Times, 1974.
- Johnston, Keith M. "Researching Historical Promotional Materials: Towards a New Methodology." *Historical Journal of Film, Radio and Television* 39 4, (2019): 643-62.
- March, Marion. *Creative Typography*. 1ra edición. Oxford: HarperCollins College Division, 1988.

- Ortiz Marín, Ángel Manuel. "El periodismo en Baja California y la Revolución Mexicana". *Improntas*, núm. 8 (2020): 1-20.
- Pérez Rufí, José Patricio. "El cartel de cine hoy." *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias* 4-2 (2010): 71-88.
- Saavedra Luna, Isis. "El Fin de La Industria Cinematográfica Mexicana, 1989-1994." *EIAL* 17,2, (2006).
- Trujillo Muñoz, Gabriel. *Imágenes de plata: el cine en Baja California*. Tijuana, B.C.: XV Ayuntamiento de Tijuana, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Baja California: ritos y mitos cinematográficos*. UABC, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Tan cerca de Hollywood: cine, televisión y video en Baja California*. Mexicali, B.C.: UABC, 2010.
- Vizcarra Schumm, Fernando. "De 'Historia de Un Gran Amor' a 'Amores Perros': El Cartel En El Cine Mexicano." *Culturales* 1, 2 (2005).